

**GEMINIS**

[DOSSIÊ - TV PÓS DIGITAL]

# **WEBSÉRIES: NARRATIVAS SERIADAS EM AMBIENTES VIRTUAIS**

**DANIELA ZANETTI**

*Doutora em Comunicação e Cultura Contemporâneas  
pela Universidade Federal da Bahia (UFBA).*

*Professora do Departamento de Comunicação Social  
da Universidade Federal do Espírito Santo (UFES).*

*E-mail: [daniela.zanetti@gmail.com](mailto:daniela.zanetti@gmail.com)*

## **RESUMO**

O artigo trata do processo de migração de conteúdos audiovisuais da televisão para a Internet a partir do estudo das webséries, que mantêm da tradição das teleficções as narrativas fragmentadas. Apresenta breves análises de algumas webséries brasileiras, tentando mapear elementos de similaridade e de distinção entre as séries feitas para ambientes virtuais e aquelas produzidas para a televisão, além de apontar contribuições teóricas e metodológicas pertinentes a esses novos produtos midiáticos.

**Palavras-Chave:** websérie, teleficção, narrativa seriada.

---

## **ABSTRACT**

The article discusses the migration process of audiovisual content from television to the Internet, with the study of the webseries, which maintains fragmented narratives from the tradition of the television. The article presents analysis of some Brazilian webseries, trying to map elements of similarity and distinction between sets made for virtual environments and those produced for television, while pointing out relevant theoretical and methodological contributions to these new media products.

**Keywords:** webseries, fictional TV, serial narratives.

## 1. INTRODUÇÃO

A migração de produtos audiovisuais da TV para o computador, bem como o surgimento de novos formatos específicos para a Web, tem promovido mudanças no modo de circulação e consumo de conteúdo audiovisual, mas também tem afetado sensivelmente a dimensão das narrativas, resultando, por exemplo, no aparecimento de gêneros híbridos, decorrentes, em certa medida, da convergência das mídias. Vídeos caseiros e amadores, vídeos publicitários, curtas e longas metragens, vinhetas, *trailers* de filmes, videoclipes, fragmentos de programas televisivos, programas específicos para WebTV's estão entre os produtos que compõem a ampla oferta de conteúdo audiovisual na rede.

Um produto audiovisual que surge nesse contexto são as webséries, que mantêm da tradição audiovisual as narrativas seriadas, fracionadas, ou seja, histórias que mantêm uma certa continuidade narrativa, contadas através de capítulos e episódios. Em busca de parâmetros para se compreender a migração das narrativas seriadas da TV para a Web, e os elementos que diferenciam as webséries das séries (ou seriados) tradicionais, o artigo traz um mapeamento desses materiais feitos no Brasil, apresentando algumas análises, na tentativa de também identificar contribuições teóricas e metodológicas pertinentes a esses novos produtos midiáticos.

Partindo do pressuposto de que as narrativas seriadas na Web seguem parâmetros similares aos produtos de teleficção, o estudo das obras tem como base os apontamentos de Machado (2005), Pallottini (1998), Calabrese (1988) e Casetti e Di Chio (1999).

No que se refere à relação entre as mídias envolvidas no desenvolvimento de webséries (TV e computador), recorre-se aos conceitos de: i) remediação (BOLTER E GRUSIN, 2000), considerando que se trata de um produto novo, que surge a partir do computador e da Internet, mas que mantêm aspectos de mídias anteriores; e ii) convergência (JENKINS, 2008; CANNITO, 2010), para se entender o contexto produtivo dessas obras, e como funcionam as estratégias de criação, exibição, circulação e consumo desse tipo de produto na Web.

## 2. A NARRATIVA SERIADA

A serialidade se constitui na apresentação descontínua e fragmentada do sintagma televisual (MACHADO, 2005). Antes da TV, porém, as formas de narrativa seriada de caráter massivo já se encontravam na técnica do folhetim, no radiodrama ou radionovela, e nas obras seriadas produzidas para o cinema no início do século passado. A serialização faz parte da estética audiovisual contemporânea, contendo elementos que possibilitam a continuidade de certos produtos – através de capítulos, episódios e temporadas – e o desenvolvimento de novas obras, com mais ou menos variações. Inserida também dentro da grade de programação televisual, frequentemente, esta é composta por blocos, intercalados por *breaks* comerciais, esses blocos possuem durações variadas de acordo com os modelos dos canais aos quais essas narrativas estão vinculadas. Os elementos de conexão entre os *breaks* e os blocos são os ganchos – ferramenta narrativa que visa a manutenção do interesse do espectador na obra, seja no final do episódio, entre blocos, ou até menos na passagem entre temporadas – e *flashbacks* – que ajuda a situar o telespectador na narrativa, trazendo informações do bloco ou do episódio anterior, construindo uma breve síntese. Essa forma descontínua e fragmentada televisual é chamada por Machado (2005) de *serialidade*, onde o enredo é geralmente estruturado sob a forma de *capítulos* ou *episódios* que, reunidos, constituem uma temporada (do inglês *seasons*).

Consideremos as webséries como produtos próprios do ambiente virtual, mas que guarda semelhanças com as séries e seriados de TV, cujos episódios, em geral, são exibidos semanalmente. O primeiro episódio de uma série encerra uma história completa, com início, meio e fim, mas sempre atrelado ao corpo da ficção maior. Por isso, possui relativa unidade e integridade. Para agradar o público de tal maneira que desperte no espectador o desejo de acompanhar o desenrolar da história, deve apresentar os personagens principais e suas características básicas por meio de ações, além do conflito central que dará impulso à trama. Em geral, há um objetivo básico que unifica o seriado e que configura a cosmovisão da obra (PALLOTTINI, 1998). Com relação à construção dos personagens, o protagonista normalmente é proposto logo no primeiro episódio. “Os episódios seguintes, numa estrutura global épica, mostrarão momentos da vida desse protagonista, dentro da trajetória que se propôs seguir” (1989, p.156).

Machado (2005) categoriza as narrativas seriadas televisuais em três tipos. O primeiro é constituído por uma única narrativa (ou várias entrelaçadas e paralelas) que se alterna(m) de uma forma quase linear ao decorrer dos capítulos. Os teledramas, telenovelas e algumas séries e minisséries são exemplos desta forma de serialidade *teleológica*, pois ele se resume fundamentalmente num (ou mais) conflito(s) básico(s),

que propõe inicialmente desequilíbrio estrutural, e toda evolução dos acontecimentos consiste num empenho em restabelecer o equilíbrio perdido. Esse objetivo, em geral, é atingido nos capítulos finais. A segunda categoria é composta por uma história e enredo autônomos, onde cada um destes apresenta um começo, meio e fim, e o que irá se repetir nos episódios seguintes serão apenas os mesmos protagonistas inseridos apenas em situações diferentes. Não existe necessariamente uma relação entre as histórias de cada episódio. O terceiro exemplo de serialização traz como principal característica um único aspecto que se preserva nos vários episódios, como, por exemplo, uma temática, podendo variar os personagens, atores, cenários e até roteiristas e diretores. Cada um dos quadros é similar aos chamados unitários, episódios que trazem uma história com início, meio e fim, “que esgota sua proposição na unidade e nela se encerra” (PALLOTTINI, 1998, p.25). O que torna esses unitários uma espécie de seriado são elementos em comum: alguns personagens fixos, uma temática, um formato ou gênero similar, ou mesmo uma proposta estética com base autoral. Um exemplo desse formato na Web é o canal *Portas dos Fundos*<sup>1</sup>, lançado em 2012 por um grupo de atores (além de outros profissionais da mídia) já reconhecidos na televisão, no cinema e no teatro<sup>2</sup>. A duração dos vídeos é de 3 a 5 minutos em média e são postados duas vezes por semana. Além dos atores que compõem o núcleo e se revezam nos episódios, o humor é o principal elemento agregador dos unitários. O formato também é similar: esquetes com ações que se passam em geral num único espaço e tempo, retratando eventos cotidianos, por vezes com diálogos inusitados e situações surreais. O humor sarcástico, característico das comédias *stand-up*, transforma eventos do cotidiano em cenas absurdas ou extremamente exageradas. Uma pequena vinheta com a logomarca do programa, seguida de uma cena que funciona como um “posfácio”, finalizam a esquete. No lado esquerdo da tela, durante essa cena final, surgem janelas pequenas que são *hiperlinks* para os outros episódios já exibidos. O canal também disponibiliza um “subcanal”, o *Fundos da Porta*, que contém erros de gravação dos episódios.

No que se refere ao mercado de obras audiovisuais, a ideia de serialidade (ou serialização) vai de encontro ao conceito de estética da repetição que, segundo Calabrese, tem como princípios fundamentais as próprias concepções de “repetição”: a) modo de produção em série (estandardização); b) mecanismo estrutural de generalizações de textos; e c) condição de consumo por parte do público. As repetições, no caso

1 <http://www.YouTube.com/user/portadosfundos>

2 Os atores Fábio Porchat e Gregorio Duvivier são atores que estão entre os criadores do Porta dos Fundos.

de narrativas teleficcionalis, não são apenas relativas às continuações das aventuras, ações e dramas dos personagens, mas também aos recursos utilizados, como os temas e as ambientações. Um dos parâmetros relativos ao conceito de repetição diz respeito à relação estabelecida entre um texto e vários outros textos, entre o que se pode perceber como idêntico e aquilo que se pode perceber como diferente em produtos como filmes e seriados de TV, considerando a vasta combinação de variáveis icônicas, temáticas e narrativas que tornam os produtos diferentes entre si. Outro parâmetro seria considerar o nível – discursivo, narrativo ou fundamental – no qual se instituem as repetições e as diferenciações.

Eco (1989) ressalta que os processos de serialização sempre estiveram presentes na tradição da produção artística e que, diante das produções massivas contemporâneas, é preciso estar atento a um tipo de obra que, à primeira vista, não se assemelha a qualquer outra coisa. Para ele, o leitor acha que “desfruta da novidade da história enquanto, de fato, distrai-se seguindo um esquema narrativo constante e fica satisfeito ao encontrar um personagem conhecido, com seus tiques, suas frases feitas, suas técnicas para solucionar problemas” (ECO, 1989, p.123). O “retorno ao idêntico”, portanto, é um aspecto fundamental no processo de produção – e também de fruição – de uma produção seriada, o que resulta numa espécie de consolo, pois o espectador se sente confortável ao encontrar o já conhecido, ao saber como a trama será mais ou menos conduzida e como os conflitos serão resolvidos. Essa é também uma forma de manter o engajamento e a fidelidade do telespectador.

Tendo como foco as estruturas narrativas, que tendem a ordenar o mundo por meio de um texto direcionado sobretudo a contar algo, toma-se como pressuposto que as obras em análise seguem um regime narrativo serial, e que o exame das estruturas narrativas de cada capítulo possibilita identificar uma forma de narrar geral (Casetti e Di Chio, 1999).

### **3. AS WEBSÉRIES E O PROCESSO DE MIGRAÇÃO DO AUDIOVISUAL**

O conceito de remediação postula que as mídias digitais emergem já inscritas num determinado contexto cultural, a partir do qual reelaboram outras mídias. Pensando numa genealogia de filiações para se pensar as mídias digitais, e não numa progressão linear, como propõem Bolter e Grusin (2000), o conceito de remediação traz a ideia de renovação e reabilitação de outras mídias. Desse modo, o que é novo em relação às novas mídias são os modos específicos pelos quais elas renovam as mídias tradicionais e os modos pelos quais as mídias mais antigas renovam a si mesmas para

responder aos desafios impostos pelos dispositivos tecnológicos mais recentes. O fato do computador apresentar uma interface ao mesmo tempo automática e interativa, por exemplo, já introduz aspectos que redimensionam as relações entre o público e a mídia, o que, de certo como, promove novos modelos de interação entre sujeito e máquina. Isso fica evidente ao perceber como as palavras “interação” e “interatividade” se tornaram tão presentes no discurso midiático.

Um elemento específico do computador enquanto mídia é a *webcam*, dispositivo pequeno e de baixo custo para captação e exibição em tempo real de imagens, possibilitando que cada internauta “broadcast yourself”, como propõe o *slogan* do YouTube. Ferramenta aparentemente frívola, caracteriza de modo singular a linguagem das narrativas no ciberespaço. É pela webcam que eventos do cotidiano e de âmbito privado podem ser monitorados, acompanhados e compartilhados de modo contínuo, sendo que a interação, em geral, é conduzida de modo individual e personalizado. A webcam evidencia de modo bastante contundente a especificidade do computador como mídia ao mesmo tempo individual e coletiva. Para além da função de monitoramento/vigilância, a *webcam* determina também uma nova estética e a constituição de um discurso que coloca em evidência o internauta. Parece operar sob a lógica da transparência, pois seu dispositivo não deixa evidente os aparatos “da máquina” que permeiam as interações entre os internautas. A ideia de proximidade e de privacidade associada à webcam constitui um elemento narrativo eficaz na websérie *#E\_VC?*, ao possibilitar que os protagonistas “se dirijam” ao público quando estão refletindo sobre suas questões pessoais junto ao computador. Mesmo a expressão “*#E\_VC?*”, representando uma “linguagem própria” da Web, também pressupõe uma “interação mediada por computador” (Primo, 2007) já incorporada à trama, como será visto adiante.

Como “nova mídia”, o computador conectado à Internet também gera conteúdo próprio e distinto das mídias anteriores, como é o caso das webséries – muito embora, como pressupõe os processos de remediação, aspectos das mídias tradicionais sejam incorporados. Ainda que o suporte de veiculação desse tipo de conteúdo seja a Web, sendo acessível através de uma interface gráfica, trata-se de uma obra elaborada para ser assistida numa tela, mesmo que de forma “não massiva”, e não atrelada a uma programação contínua, como estabelece a TV. Com relação à linguagem, a websérie recorre a estratégias já familiares de construção narrativa televisual.

A websérie se caracteriza como sendo um produto típico da Internet. Decorre do processo de “migração” do audiovisual para o computador, que pode ter se iniciado quando, ainda em 1991, foi lançado pela Apple o primeiro programa de computador para reprodução de imagens em movimento, o *QuickTime*, que permitia a apresentação

de breves imagens em movimento e com visualização privada (MANOVICH, 2005). Neste momento, o computador passa a funcionar como exibidor/projetor. Apesar de datar de 1995 a primeira websérie, deve-se considerar, contudo, que ainda não havia, de modo generalizado, uma ampla rede de Internet e uma banda larga que permitisse a disponibilização de vídeos em *streaming*, tecnologia frequentemente utilizada para distribuição de conteúdo multimídia. Nesse processo, conteúdos característicos da TV tiveram que se adaptar às pequenas telas do computador e às diferentes formas de consumo de conteúdos audiovisuais na Web.

Por outro lado, também surgem produtos próprios dos ambientes virtuais e das linguagens digitais. O webvídeo é um deles. Para Killp e Fischer (2010), o webvídeo não seria um tipo de material audiovisual remidiado – ou seja, que é adaptado de uma mídia para outra –, mas se trata de um “formato audiovisual em particular, navegável e lúdico, interativo e emergente, que já vem se constituindo no processo da convergência, e se encontra como potência em muitos vídeos já disponíveis na web” (2010:38). Todavia, ainda perduram nesse contexto as referências tradicionais, analógicas, e as narrativas textuais anteriores ao hipertexto, pois as audiovisualidades digitais estão ainda sendo inventadas, em vários aspectos: gramaticais, estéticos e com relação aos modos como emissão e recepção atuam. “Há muito de analógico no que se vê, ou de analógico-digital. A começar pelos *players*, que mimetizam os antigos videocassetes e DVD players” (2010:37), corroborando com a ideia de que “cada época lida com a tecnologia mais recente recorrendo às representações mentais de coisas mais antigas e mais familiares” (JOHNSON, 2001).

Na rede, é possível observar uma série de produtos e “serviços” audiovisuais, dentre eles: i) plataformas de disponibilização, exibição e compartilhamento de obras audiovisuais em sites nos quais tanto empresas produtoras como amadores têm a possibilidade de fazer circular seus produtos (You Tube, Vimeo, My Space); ii) sites pertencentes a serviços de distribuição e/ou produção de conteúdo audiovisual vinculado a grandes empresas de mídia, entretenimento e mesmo da área de telefonia; iii) WebTV’s; iv) sites que funcionam como canais, atuando como filtros ao agregar e organizar conteúdo específico, como curtas-metragens, videoclipes ou vídeos temáticos; entre outros (KILLP E FISCHER, 2010). O audiovisual já deixou de estar atrelado somente ao controle exclusivo das grandes empresas de comunicação, espalhando-se pelas novas mídias e sendo utilizado por amadores e profissionais. Criaram-se importantes nichos que vêm sendo disputados acirradamente por diferentes setores relacionados à produção, distribuição e disposição de recursos para consumo e realização audiovisual.

Considerando as especificidades do audiovisual na Web, é possível caracterizar



alguns sítios que já se tornaram referência no que tange à disponibilização de vídeos *on line*, como o You Tube (maior canal de compartilhamento de vídeos na Internet) e o allTV (primeiro canal brasileiro de TV *on line*). Ambos possuem estruturas e modos de funcionamento distintos. O primeiro se aproxima da lógica das redes virtuais e se apropria mais das ferramentas de interatividade, pois o You Tube funciona como uma rede social ao permitir que os usuários tenham um *login* e uma senha e personalizem suas contas com seus vídeos preferidos, podendo ainda compartilhá-los. O allTV, por sua vez, é uma WebTV, mantendo similaridades com o padrão de televisão convencional. Como afirma Cannito (2010), “em vez de produzir, o You Tube optou por ajudar o usuário a exibir vídeos próprios” (2010, p.97), contando, para isso, com uma interface extremamente simples, acessível a qualquer internauta. Para o autor, o modelo adotado pelo You Tube traz uma inovação que se contrapõe a exemplos de televisão na web que não foram tão bem sucedidos justamente porque tentaram reproduzir na web a programação tradicional de televisão, tendo como diferencial apenas as ferramentas de interatividade. A allTV optou por levar a experiência da televisão tradicional à Web, pois oferece programação em fluxo contínuo e com conteúdo próprio, profissional, e não oferecido por usuários amadores. A allTV foi criada em 2002 com a proposta de realizar transmissão ininterrupta durante 24 horas, mesclando informação e entretenimento. A interatividade foi sua principal novidade, uma vez que o telespectador foi substituído pela figura do usuário/internauta.

De todo modo, os dois modelos, ao oferecerem múltiplas opções para o consumo de materiais audiovisuais, demonstram total aderência ao chamado mercado de nichos, característica de uma sociedade de consumo que não mais se sustenta apenas num mercado de massa, mas que cada vez mais se caracteriza pela segmentação dos públicos e pelo valor associado aos bens e serviços com alvos estreitos. Considerando a ampliação desse mercado, Anderson (2006) afirma que o impulso da demanda pelos produtos do nicho tem se dado a partir das ferramentas de compartilhamento de informações na rede, como ocorre com as webséries. O You Tube, por exemplo, dispõe todos os vídeos simultaneamente, como numa prateleira, aproveitando a capacidade quase infinita da internet de armazenar dados, ao invés de investir em poucos sucessos de “audiência de massa”. Assim, consegue alcançar pequenas audiências (CANNITO, 2010). Esse fenômeno vai de encontro ao que diz La Ferla (2009) sobre os novos modos de consumo audiovisual, marcados pela “hiper presença do processamento, transmissão e consumo de dados”. Segundo o autor, o que ocorre é uma individualização do espetáculo coletivo por meio das interfaces pessoais, que seriam a “essência do novo entretenimento baseado na transmissão virtual e numa pequena unidade que concentra

diversos dispositivos: computador, GPS, telefone, fotografia, vídeo e tela". (LA FERLA, 2009, p.172).

Um dos primeiros produtos típicos da televisão a migrarem para a Web e se adequaram de forma bem sucedida aos ambientes virtuais foi o videoclipe (NERCOLINI; HOLZBAC, 2009). Funcionando como ferramenta promocional e associado às estratégias de marketing das grandes gravadoras, também foi um dos primeiros formatos audiovisuais a ser utilizado por artistas independentes para divulgação de seus trabalhos na Web. Do mesmo modo, a websérie surge como um tipo de conteúdo desenvolvido tanto por profissionais recém-chegados ao campo audiovisual, quase sempre vinculados a produtoras independentes, quanto por instituições já reconhecidas no campo, como as grandes corporações midiáticas. Exemplos disso são as campanhas publicitárias desenvolvidas sob a forma de webséries ou conteúdos complementares aos programas de canais de TV de grande audiência, como parte de ações transmídia. No primeiro caso, um exemplo é a websérie *Brahma - Imagina o Carnaval, Imagina a Festa*, de quatro episódios, com a humorista Tatá Werneck, veiculada no canal da cerveja Brahma no You Tube<sup>3</sup>. No segundo, exemplos das chamadas ações transmídia empreendidas pela TV Globo foram a realização de uma websérie documental para a novela *Amor Eterno Amor* (2012), compondo uma narrativa complementar à trama da TV, e a utilização da Internet de maneira sistemática durante a novela *Cheias de Charme* (2012). Entre as estratégias utilizadas está o lançamento e a viralização do videoclipe *Vida de Empreguete* nas redes sociais, inicialmente postado no portal Globo.com, e o lançamento de um concurso de paródias do mesmo videoclipe no blog de um dos personagens da trama (CASTRO, 2012).

Uma websérie é uma narrativa audiovisual de qualquer gênero produzida exclusivamente para a Internet, dividida em episódios (os chamados "websódios", *webisodes* em inglês), cada um com tempo de duração variável (em geral, de um a dez minutos), e apresentados com um certa periodicidade (quase sempre semanal). Webséries podem ser distribuídas diretamente pelos próprios produtores/criadores em sites de disponibilização de vídeos, como You Tube ou Vimeo, e utiliza estratégias narrativas já consolidadas nas séries televisivos, mas incorporando os recursos de "interatividade" dessas plataformas. Além dos registros de visualizações e "curtidas", os comentários e os compartilhamentos, a participação ativa do público se efetiva através das comunidades de fãs que, ao interagirem entre si, muitas vezes contribuem para a construção das narrativas. Os consumidores registrados nas comunidades virtuais das séries em geral possuem vantagens, como assistir novos episódios e *trailers*, ou acessar conteúdo

<sup>3</sup> <http://www.YouTube.com/user/CervejaBrahmaOficial>. Acesso em 11 de fevereiro de 2013.

exclusivo (ROMERO; CENTELLAS, 2008). Geralmente, uma websérie possui um site ou blog e um perfil em redes sociais como o Facebook, que reúnem notícias e informações sobre a obra e agregam fãs.

Diferentemente do conteúdo mais amador que popularizou o You Tube, as webséries são desenvolvidas por realizadores já com alguma experiência no campo audiovisual, quase sempre vinculados a produtoras independentes. A praticidade e simplicidade das *webcams* possibilitou a efetivação dos gêneros confessionais na Web (SIBILIA, 2008) – como os vlogs, fotologs, vídeos caseiros –, caracterizados por uma estética amadora e basicamente associado à figura do internauta como personagem de si mesmo. Os vlogs seriam uma espécie de evolução audiovisual dos blogs, que permite aos internautas publicizarem suas opiniões em forma de vídeo, com exibição por meio de um canal próprio em geral no You Tube. Alguns vlogs, por meio da figura de seus criadores (que se tornam personagens de si mesmos), ganharam destaque justamente por incorporarem, de modo criativo, aspectos característicos da televisão, como a utilização de roteiros pré-definidos, vinhetas de abertura, elaboração de cenários e uma certa padronização das apresentações. Exemplos desses vlogs são *Maspoxavida*, de PC Siqueira<sup>4</sup>; *Desce a Letra*, de Cauê Moura<sup>5</sup>; e *Não faz sentido*, de Felipe Neto<sup>6</sup>.

Mas para além desse gênero, é cada vez maior a presença de conteúdos audiovisuais mais bem produzidos, muitas vezes realizados por profissionais, e que apresentam como marcas a construção de um ou mais personagens, cenografia, unidade temática, periodicidade. Desse modo, as plataformas de disponibilização de conteúdo audiovisual na Internet se tornaram canais de exibição de obras desenvolvidas tanto por instituições e profissionais já consagrados, quanto por agentes que almejam ingressar no campo audiovisual, ao disporem de maior liberdade de experimentação e possibilidade de avaliar a recepção do público através do número de *views*, compartilhamentos, comentários e repercussões na rede, sem depender de uma grande produtora ou emissora.

Esses aspectos demonstram o quanto as webséries já ocupam um lugar específico no campo de produção audiovisual, possuindo instâncias próprias de reconhecimento e consagração, principalmente nos Estados Unidos, onde ocorrem importantes festivais dedicados a esse tipo de produto, como Los Angeles Web Series Festival<sup>7</sup> e HollyWeb Web Series Festival<sup>8</sup>. No Brasil, já existem editais públicos de realização audiovisual específicos para webséries e no You Tube é possível encontrar a página *Web-*

4 <http://www.YouTube.com/user/maspoxavida>

5 <http://www.YouTube.com/user/descealetra>

6 <http://www.YouTube.com/user/felipeneto>

7 <http://www.lawebfest.com/>

8 <http://www.hollywebfestival.com/>

*seriados.com*, o “primeiro canal dedicado às webséries nacionais”<sup>9</sup>.

#### 4. UNIVERSO JUVENIL EM EVIDÊNCIA

Com uma forte tradição na produção (e distribuição) de seriados televisivos, os Estados Unidos se destaca na produção de webséries, com um mercado já consolidado. Antes de examinarmos os exemplos brasileiros, cabe apresentar, à título de ilustração, o caso de uma websérie estaduniense. *Squaresvillage* é caracterizada como uma comédia dramática sobre adolescentes. Reúne crônicas do cotidiano de duas amigas, Esther e Zelda, que vivem num bairro onde não há nada para fazer e onde ninguém as compreende. A obra é, declaradamente, inspirada em produtos como as séries estadunienses *Freaks & Geeks*<sup>10</sup> (1999-2000) e *Daria*<sup>11</sup> (1997-2001) e o filme *Ghost World*<sup>12</sup>, que trazem como tema central os conflitos da adolescência. Uma comédia adolescente com um tom sarcástico, e a proposta de apresentar como as adolescentes se sentem crescendo sem a certeza do que querem ser, diz o texto de apresentação da websérie<sup>13</sup>. A primeira temporada, de 2012, teve 16 episódios, cada um com duração entre 2 e 8 minutos, e lançados semanalmente. Este exemplo de websérie norte-americana serve como parâmetro para se pensar na forte relação existente entre as séries convencionais e as que são feitas para a Internet.

Em função da grande quantidade de webséries internacionais (principalmente norte-americanas), o presente trabalho se restringe a alguns exemplos de produções brasileiras que ganharam destaque na Web entre 2011 e 2012. *#E\_VC?*, *3%*, *Heróis*, *Lado Nix*, *2012 Onda Zero*, *Armadilha* e *ApocalipZe* são algumas das webséries citadas na mídia<sup>14</sup> como exemplos bem sucedidos, principalmente em função do grande número de visualizações e pela crítica positiva dos internautas.

*#E\_VC?*<sup>15</sup> foi lançada em 2011 pela 8KA Produções, que mantém um canal no You Tube, no qual é possível encontrar outras séries da mesma produtora. Sua primeira temporada possui 6 episódios, cada um com uma média de 3 minutos. A segunda temporada teve 3 episódios, sendo que o último apresentou uma “resolução”, permitindo a conjunção dos dois protagonistas, depois de algumas reviravoltas. A narrativa traz como tema central problemas existenciais de adolescentes, explorando suas incertezas, conflitos internos e relações afetivas, em situações do cotidiano, vividas pelos persona-

9 <http://www.YouTube.com/user/webseriados>

10 <http://www.imdb.com/title/tt0193676/>

11 <http://www.imdb.com/title/tt0118298/>

12 <http://www.imdb.com/title/tt0162346/>

13 <http://squaresvilleseries.com/about>

14 MORAES (2012) e PINO (2012).

15 <http://www.YouTube.com/playlist?list=PL76DEDF52658D2756>

gens centrais Nina e Vinícius. Além dos episódios, a série também agrega dois *teasers* (um com Nina e outro com Vinícius), um videoclipe e um vlog com o elenco. No início de cada episódio a narrativa é realizada em voz *off*, que é intercalada com a fala do protagonista, inicialmente apresentado por meio de um enquadramento frontal, centralizado, que remete ao uso da *webcam*. “Ter a minha idade é estar numa constante variação entre expectativa e desânimo”, diz a voz em *off* de uma das protagonistas de #E\_VC?, Nina, no sétimo episódio. A jovem aparece posicionada em frente à webcam de seu computador, encarando a tela e, conseqüentemente, o internauta. A cibercultura é parte da narrativa sob vários aspectos: está presente no título da série, que representa um tipo de escrita/linguagem criada e difundida no contexto da cibercultura; na forma de interação dos personagens, que se utilizam de seus computadores pessoais para trocarem confidências ou mesmo discutir seus relacionamentos; no tratamento da imagem, que se utiliza do enquadramento e do “ponto de vista” característico da *webcam*. A introdução de cada episódio traz somente o título do mesmo, mas também permite a compreensão do tema central que irá sintetizar a trama construída no decorrer do mesmo episódio. Ao término de cada episódio, há uma retomada da narrativa, em voz *off*, pelo protagonista, realizando uma reflexão acerca da temática explorada, sempre relacionada ao título do episódio. Essa reflexão culmina em uma pergunta direcionada ao espectador. Se comparada à uma série televisiva, ela obtêm um diálogo próximo ao conceito de *episódio*, trazendo uma história única envolvendo um casal de protagonistas, que vivem situações de aproximação e desencontros numa narrativa linear, porém marcada por momentos de auto-reflexão dos personagens. Ao término de cada episódio é exibida uma interface interativa na qual *links* e hipertextos são adicionados na intenção de possibilitar a interação entre espectador e obra. Há, por exemplo, a possibilidade do envio de um comentário ou “vídeo-resposta” à pergunta final feita pelo personagem. Além disso, uma janela exibe cenas do próximo episódio, trazendo também um *link* para o referido episódio.

A mesma produtora também lançou em 2011 um seriado de humor com episódios do tipo unitário chamado *Armadilha*, com um mesmo grupo de atores que vivem personagens e situações diferentes a cada episódio, mas mantendo uma mesma temática: as “armadilhas” do universo adolescente, ou seja, situações constrangedoras ou de difícil solução. *Despertar* é o nome de outra websérie lançada pela 8KA Produções em 2013. Como informa o texto de apresentação do produto no canal da produtora no YouTube, trata-se de uma série musical baseada no clássico de Frank Wedekind “O Despertar da Primavera”, e que, como as outras, traz para o centro da trama “um grupo de

jovens e seus anseios e descobertas sobre o mundo e sobre eles mesmos”<sup>16</sup>.

*Lado Nix*<sup>17</sup>, de 2011, é uma websérie com uma temporada inicial de 5 episódios, cada um tendo em média de 6 a 9 minutos de duração. Nix é uma jovem que é fã de quadrinhos e desenha *graphic novels*. Ela é uma espécie de *nerd* e todo o universo da série é construído em torno de referências a quadrinhos, games e cultura pop, que aparecem não somente nos cenários, personagens e situações criadas, mas também sob a forma de grafismos, animações e efeitos especiais inseridos nas cenas. No primeiro episódio, os personagens principais, incluindo Nix, são apresentados em *voz off* pela própria protagonista, que descreve as características principais de cada um e explica as relações existentes entre eles: a amiga e “fiel escudeira” Mei Mei; o amigo músico Shazam, que é apaixonado por Mei Mei e irá protagonizar a trama amorosa; e a antagonista Manú. Um dos objetivos de Nix é publicar sua *graphic novel*, ao mesmo tempo em que tenta se livrar de Manú, que a persegue e humilha. Alguns *flashbacks* são usados para recuperar fatos da infância de Nix que ajudam a dar sentido à história. A primeira temporada termina com uma espécie de revelação que servirá de gancho para o início da segunda.

*#E\_VC?*, *Armadilha* e *Lado Nix* se aproximam do universo adolescente criado pela série *Malhação*, exibida na TV Globo desde 1995. Semelhanças podem ser percebidas não tanto na estruturação da narrativa – *Malhação* possui mais núcleos dramáticos, enquanto as webséries normalmente contam com apenas um núcleo de personagens centrais –, mas sim nos tipos de conflitos afetivos, na caracterização das personagens, na relação tempo-espaço e na ambientação das histórias.

Com uma abordagem distinta, que se aproxima das narrativas fantásticas e futuristas, a websérie 3%<sup>18</sup> mescla drama e ficção científica, mas também investindo em questões relativas ao universo jovem. Lançada em 2011, é um projeto piloto com apenas 3 episódios, cada um com duração de 8 a 9 minutos. No primeiro episódio, a *voz off* de uma das personagens introduz o espectador no universo da série: “O mundo é dividido em dois lados: o lado bom e o lado ruim. Eu nasci no lado ruim”. A única maneira de passar para “o Lado de Lá” é por meio de um rígido e misterioso processo seletivo, do qual todas as pessoas de 20 anos podem participar, mas apenas 3% serão aprovados. As etapas de seleção se assemelham aos processos seletivos para vagas de emprego, remetendo ao desafio do jovem de ingressar no mercado de trabalho. No final do terceiro episódio, uma das personagens aparece morta, fato que imprime suspense à trama, se configurando também num gancho. Ao contrário de *#E\_VC?* e *Lado Nix*, que possuem cenários e figurinos coloridos, e que remetem a ambientes familiares (casa, escola, etc.),

16 <http://www.YouTube.com/watch?v=zTGCs93z3WU&list=UU11jpFWVmruiy9jeMdlA&index=4>

17 <http://www.ladonix.com/#/temporada1?id=1>

18 <http://www.YouTube.com/playlist?list=PLF7D1EE3144E33A57>

as cores predominantes em 3% são o cinza e o preto, e o ambiente criado é hostil e impessoal. Há uma aproximação com séries de ficção científica como, por exemplo, a série norte-americana *Arquivo X*, exibida nos anos 90.

A mistura de drama e ficção científica também está na base de *2012 Onda Zero*<sup>19</sup> (2011) e *ApocalipZe*<sup>20</sup> (2012), que contam ainda com cenas de ação e catástrofe e muitos efeitos especiais feitos a partir de computação gráfica. A primeira, com 4 episódios, narra a trajetória do jovem JP que, por conta de uma anomalia misteriosa, de repente começa a vivenciar fenômenos sensoriais estranhos e situações inexplicáveis, o que vai abalar sua relação com a namorada. A trama afetiva ocorre paralela às reviravoltas bizarras vividas por JP, que inclui perseguições e monitoramento de agentes secretos. Estes parecem saber tudo o que está acontecendo, à revelia dos protagonistas e dos espectadores. A história tem elementos icônicos que remetem a *Matrix* (1999), ao trabalhar com variações de tempo e espaço repentinas e inexplicáveis.

Já *ApocalipZe*, da Guerrilha Filmes, se passa no Brasil, no ano de 2015, tendo como evento principal um misterioso ataque bioterrorista que, segundo anuncia o *trailer* da série, “vai abalar o país”. O primeiro dos cinco episódios da série já traz nas primeiras cenas a tensão de um ataque eminente num grande centro urbano. O ataque se concretiza e restam alguns sobreviventes. Nesse contexto, são apresentados os personagens centrais: um homem que está por trás dos ataques e que busca informações secretas, um mediador que tenta transportar um misterioso produto químico, um professor universitário que está entre os sobreviventes e que se vê perseguido. No segundo episódio, o professor continua fugindo e, ao encontrar uma mulher e uma menina que também sobreviveram ao ataque, revela que sua esposa e filha haviam sido assassinadas. Como é de praxe em filmes de catástrofe, os poucos sobreviventes vão se encontrando pelos escombros da cidade e permanecem juntos para se protegerem e solucionarem os problemas que surgem. As ações também se passam na Web, onde parte do mistério é revelado por um jornalista blogueiro, que acaba sendo capturado. Na rápida cena final do último episódio – intitulado “Não estamos sós” –, um dos agentes do grupo terrorista, morto pelo professor, abre os olhos de modo repentino, criando um gancho para o que seria uma segunda temporada. *ApocalipZe* reúne um conjunto de aspectos bastante frequente em filmes de catástrofe e histórias de ficção científica, tendo como *plot* a ação criminosa de um grupo de espionagem estrangeiro contra uma nação, porém trazendo elementos locais como novidade, garantindo assim uma variação da dimensão icônicos da narrativa.

Do mesmo diretor de *ApocalipZe* (Guto Aeraphe), a websérie *Heróis* (2011), se

19 <http://www.YouTube.com/user/2012ondazero?feature=watch>

20 <http://www.YouTube.com/watch?v=GWntf3OEOXM>

caracteriza pelo tema mais sério e pelo seu caráter histórico. O *trailer*<sup>21</sup> anuncia: “A primeira série sobre o Brasil na Segunda Guerra”. Baseada em fatos reais, retrata os últimos momentos de um grupo de soldados da Força Expedicionária Brasileira na Batalha de Montese. Todos os capítulos mostram a atuação dos soldados no campo de batalha, incluindo cenas de combate armado. Mais do que uma websérie, trata-se, na verdade, de uma narrativa unitária fragmentada em capítulos. A obra também está sendo comercializada em DVD.

Outros elementos característicos das séries televisivas e que se repetem nas webséries são as vinhetas de abertura e de encerramento de cada episódio e a atribuição de um título para cada capítulo. Os ganchos, em seu formato mais tradicional, nem sempre são usados. Por vezes, a narrativa é somente interrompida numa cena crucial para o entendimento da história como forma de criar expectativa para o capítulo seguinte. Além disso, como são muito mais curtas que as séries tradicionais, e contam com recursos mais limitados, as webséries normalmente possuem apenas um núcleo de personagens principais numa trama linear, com poucas variações temporais e espaciais. Na web, algumas ferramentas auxiliam o espectador na visualização das obras, como os *links* inseridos no próprio *display* do vídeo ou na lateral da página, permitindo o internauta acessar os capítulos anteriores ou posteriores, e links para outros sites relacionados ao produto.

## 5. CONCLUSÃO

Como as webséries estudadas possuem apenas uma primeira temporada – pelo menos até o presente momento – ainda não é possível estabelecer um padrão de serialização que caracterize essas narrativas ao longo de temporadas. O que se pode depreender numa primeira análise é que as webséries se caracterizam por variações que ocorrem em torno de um mesmo eixo temático e pela metamorfose dos elementos narrativos, mais comum em episódios unitários. Os exemplos examinados se caracterizam por trazer apenas um ou dois núcleos reduzidos de personagens principais, com poucas variações de tempo e espaço. As temáticas, em geral, são direcionadas a um público adolescente e jovem, com ênfase em histórias que mesclam relações afetivas e desencontros amorosos, conflitos pessoais, mistério/suspense, com algumas cenas de ação.

Em consonância com uma atenção fragmentada e dispersa do espectador da Internet, o tempo de duração dos episódios das webséries parece ser um dos principais aspectos de diferenciação em relação às tradicionais séries de TV. Na televisão,

---

21 <http://www.YouTube.com/watch?v=AdoFNtfkqY>



as séries são integradas a uma grade de programação rígida das emissoras, e por isso os episódios necessitam de um tempo fixo de duração. A fragmentação da narrativa é necessária para que sejam inseridos os comerciais, ao passo que na Web, os episódios são bem mais curtos – variando de 3 a 10 minutos, em média – e não são divididos em capítulos. Em função disso, a fragmentação do produto como um todo segue uma lógica de fruição distinta da TV, pois na Web os anúncios são normalmente inseridos no início de cada vídeo. O tempo reduzido de cada episódio também induz a uma espécie de compressão da narrativa, com muitas elipses e diálogos concisos.

No âmbito da produção e circulação, se, por outro lado, as séries de TV possuem divulgação garantida feita pelas emissoras e/ou produtoras, através de assessorias de comunicação e de marketing, as webséries, por sua vez, dependem do próprio público para se espalharem pela rede. Além disso, devem estar vinculadas a outros sítios, como blogs e páginas em redes sociais, como forma de garantir maior visibilidade e poder de viralização – muito embora essas estratégias e ferramentas já estejam sendo utilizadas pela TV como forma de integrar as mídias e manter a fidelidade do público por meio da criação de narrativas transmidiáticas. Para Jenkins (2008), esse tipo de atividade de compartilhamento também dota os indivíduos de um poder específico de participação dentro das chamadas comunidades de conhecimento.

As webséries examinadas, e seus respectivos canais, cumprem uma característica contemporânea do consumo de obras audiovisuais, qual seja o da segmentação de conteúdo. As estratégias de segmentação permitem ao público encontrar e selecionar o conteúdos direcionados, dentro de uma ampla gama de opções, promovendo a “construção de marcas especializadas em um tipo de conteúdo, o que confere também confiabilidade ao material exibido” (CANNITO, 2010:101). No caso das webséries (e também dos videoclipes, por exemplo), isso ocorre com a criação de “canais” das próprias produtoras em sites como o You Tube ou Vimeo e o desenvolvimento de conteúdos baseados em formatos e gêneros já consagrados na televisão, porém adaptados para ambientes virtuais.

A especificidade das webséries é decorrente, dentre outros fatores, da utilização dos recursos disponíveis nas plataformas *on line* de exibição de vídeos, que afeta dois aspectos do consumo de obras audiovisuais: i) a dimensão da fruição: a possibilidade de assistir os episódios no momento e na sequência que se desejar, e de ter que dedicar menos tempo para essa atividade, uma vez que os episódios são bem mais curtos que os das séries televisivas, resultando num consumo mais rápido e “descomprometido”; ii) a dimensão da produção e do “gerenciamento” desses produtos: há uma maior liberdade de criação por parte dos realizadores, sem limitações de tempo ou de grades de progra-

mação, e possibilidades de experimentação técnica, estética, etc., além de retorno quase imediato do espectador, que pode ser manifestar por meio de comentários, “curtidas”, compartilhamentos. As estratégias de lançamento, divulgação e gerenciamento desses conteúdos contam também com ferramentas de aferição do número de visualizações – ou *views*, o que corresponderia ao conceito de audiência na TV–, de mapeamento dos comportamentos e dos perfis dos internautas, considerando a vocação da Web para a segmentação de produtos para públicos distintos.

A estética da repetição proposta por Omar Calabrese (1988) para o estudo dos produtos televisivos se mostra bastante coerente para uma reflexão sobre conteúdos gerados *na e para* a Web, considerando o objetivo de se distinguir o que há de realmente específico e inovador, e o que há de tradicional e de recorrente nas webséries. Considerando a repetitividade como “mecanismo estrutural de generalizações de textos” (1988, p.43), as webséries analisadas representam textos que de certa forma se assemelham a certas estruturas já utilizadas em produtos de sucesso na TV, como, por exemplo, abordagens recorrentes sobre o universo adolescente/jovem, esquemas na composição do núcleo dramático, determinados tipos de ambientações e de reviravoltas no enredo. As repetições são observadas em relação às dimensões temática e icônica.

Talvez ainda seja cedo para se pensar as webséries como produtos inovadores do ponto de vista narrativo. Muito embora já incorporem elementos hipertextuais, estes pouco interferem na essência das histórias. A princípio, a novidade fica por conta dos dispositivos de interatividade com o público vinculados aos *displays* nos quais se exibem as webséries, aspecto amplamente disseminado por meio um discurso de hipervalorização dessas plataformas, mas que nem por isso afeta as estruturas fundamentais das narrativas. As inúmeras variações – de caráter icônico, temático, narrativo – continuam sendo ativadas para se garantir a multiplicação de obras a partir de alguns protótipos, recorrendo à novidade da estrutura do hipertexto e das mídias interativas, de maneira a atender às necessidades da indústria do entretenimento. Trata-se de um aspecto que demonstra o quanto os novos suportes interativos de mediação também se valem de parâmetros herdados das mídias tradicionais.

## 6. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ANDERSON, Chris. **A cauda longa: do mercado de massa para o mercado de nicho**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.

BOLTER, Jay David; GRUSIN, Richard. **Remediation. Understanding New Media**. MIT Press, 2000.

- CALABRESE, Omar. **A idade neobarroca**. Lisboa, Portugal: Edições 70, 1988.
- CANNITO, Newton. **A televisão na era digital. Interatividade, convergência e novos modelos de negócios**. São Paulo: Summus, 2010.
- CASETTI, Francesco; DI CHIO, Federico. **Análisis de la televisión**. Barcelona, Espanha: Paidós, 1999.
- CASTRO, Gisela G. S. *Cheia de Charme: A classe trabalhadora no paraíso da cibercultura*. In: Ciberlegenda. Revista eletrônica do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal Fluminense (UFF). nº 27, 2002/2.
- ECO, Umberto. **Sobre os espelhos e outros ensaios**. Rio de Janeiro: Ed. Nova Fronteira, 1989.
- JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. São Paulo: Aleph, 2008.
- JOHNSON, Steven. **Cultura da interface**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed, 2001.
- KILPP, Suzana; FISCHER, Gustavo Daudt. *Janelas de Flusser e Magritte: O que é, afinal, um webvídeo?* **Revista Intexto**. Porto Alegre: UFRGS, v. 2, n. 23, p. 36-49, julho/dezembro 2010.
- LA FERLA, Jorge. **Cine (y) digital. Aproximaciones a posibles convergencias entre el cinematógrafo y la computadora**. Buenos Aires: Manantial, 2009.
- MACHADO, Arlindo. **A televisão levada a sério**. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2005.
- MANOVICH, Lev. **Novas mídias como tecnologia e ideia: dez definições**. in: O chip e o caleidoscópio: Reflexões sobre as novas mídias. São Paulo: Senac, 2005
- MORAES, Rogério de. **Do drama à ficção científica, oito webséries para ver no computador**. Revista Época São Paulo. Cultura. 29/02/2012. Disponível em: <http://epocasaopaulo.globo.com/cultura/do-drama-a-ficcao-cientifica-oito-webseries-para-ver-no-computador/> Acesso em 11 de fevereiro de 2013.
- NERCOLINI, M.J.; HOLZBAC, A. D. **Videoclipe em tempos de reconfigurações**. Revista FAMECOS, Porto Alegre, nº 39, p. 50-56, agosto de 2009. Disponível em <http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/viewFile/5841/4235>. Acesso em 11 de fevereiro de 2013.
- PALLOTTINI, Renata. **Dramaturgia de televisão**. São Paulo: Moderna, 1998.
- PINO, Rafael de. **Séries que só passam na Web**. Revista Época. Internet. 03/06/2012.

Disponível em: <http://revistaepoca.globo.com/Mente-aberta/noticia/2012/06/series-que-so-passam-na-web.html> Acesso em 11 de fevereiro de 2013.

PRIMO, Alex . *O aspecto relacional das interações na Web 2.0. E- Compós* (Brasília), v. 9, p. 1-21, 2007.

ROMERO, Nuria Lloret; CENTELLAS, Fernando Canet. *New stages, new narratives forms: The web 2.0 and audiovisual language. Hipertext.net - Anuario Académico sobre Documentación Digital y Comunicación Interactiva.* Universitat Pompeu Fabra. Edição nº 6, 2008. Disponível em: <http://www.upf.edu/hipertextnet/en/numero-6/lenguaje-audiovisual.html>

SIBILIA, Paula. **O show do eu - A intimidade como espetáculo.** Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2008.